

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е.Рудин

Программа государственного экзамена

Б3.01(Г)

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Учебный план: 2025-2026 43.03.02 ИБК Тех и орг внутр и въезд тур в Рос ОО №1-1-116.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки:
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки:
(специализация) Технология и организация внутреннего и въездного туризма в России

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ
8	УП	99	9	3
Итого	УП	99	9	3

Санкт-Петербург
2025

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 516

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

1.1 Цель государственного экзамена: Определить соответствие результатов освоения образовательной программы (компетенций) выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и подтвердить их способность и готовность использовать знания, умения и (или) практический опыт в профессиональной деятельности.

1.2 Задачи государственного экзамена:

- Проверить общетеоретическую подготовку выпускников;
- Оценить владение выпускников профессиональной терминологией в рамках содержания ООП и в соответствии с требованиями ФГОС ВО;
- Выявить умение выпускников использовать теоретическую подготовку для решения профессиональных задач на уровне требований ФГОС ВО;

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Знает: –правила и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации.
Умеет: – устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды.
Владеет: – методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знает: –принципы построения устного и письменного сообщения на русском и иностранном языках; правила и особенности деловой устной и письменной коммуникации.
Умеет: – осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках.
Владеет: – навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в деловом общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках.
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Знает: –приемы эффективного управления собственным временем; методики саморазвития на основе принципов образования на протяжении всей жизни; основные методики анализа экономической эффективности вложений в самообразование и саморазвитие.
Умеет: – эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморазвития и самообучения; анализировать экономический эффект от вложений в саморазвитие; выстраивать траекторию самообразования на основе принципов образования в течение всей жизни.
Владеет: – методами управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
Знает: – виды современного терроризма и формы проявления экстремистской деятельности; - основные принципы и направления государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности и терроризму; - нормативно-правовые документы в сфере противодействия коррупции; - основные проявления коррупционного поведения и возможные варианты его предупреждения; - негативные последствия коррупционного поведения; - основные меры по противодействию коррупции.
Умеет: – ориентироваться в современной государственной системе противодействия терроризму и экстремизму; - выявлять признаки коррупционного поведения; - оценивать возможные коррупционные риски; - не допускать коррупционного поведения.
Владеет: – правовыми методами и способами противодействия терроризму и экстремизму; - навыками применения нормативных правовых актов, регламентирующих различные направления противодействия экстремизму и терроризму; - навыками выявления коррупционного поведения; - навыками применения предусмотренных законом мер по пресечению коррупционного поведения

ОПК-1: Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	
Знает: – основные направления развития технологических новаций в туристской сфере.	
Умеет: – осуществлять поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности.	
Владеет: – опытом использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма.	
ОПК-2: Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	
Знает: – цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы.	
Умеет: – использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы.	
Владеет: – навыками осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы.	
ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	
Знает: – основные методы исследования туристского рынка и продвижения туристского продукта.	
Умеет: – осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.	
Владеет: – навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	
ОПК-6: Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	
Знает: – методы поиска и обоснованного применения необходимой нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области;	
Умеет: – учитывать в своей деятельности и соблюдать законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг.	
Владеет: – навыками обеспечения документооборота в соответствии с нормативными требованиями.	
ОПК-7: Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	
Знает: – требования безопасности, предъявляемые к организации обслуживания потребителей.	
Умеет: – обеспечивать безопасность обслуживания потребителей туристских услуг.	
Владеет: – навыками соблюдения требований охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий избранной сферы деятельности.	
ПК-2: Способен собирать и анализировать первичную информацию в рамках реализации проекта государственно-частного партнерства в сфере организации внутреннего и въездного туризма	
Знает: – Специфику организации туризма в различных регионах мира и России; - Условия обеспечения эффективного взаимодействия с потребителем, контрагентами, органами государственной законодательной и исполнительной власти.	
Умеет: – Осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	
Владеет: – навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	

3 ПОДГОТОВКА К СДАЧЕ И СДАЧА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

3.1 Форма проведения государственного экзамена

Устная

☒

Письменная

☐

3.2 Дисциплины образовательной программы, которые имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников и включены в государственный экзамен

№ п/п	Наименование дисциплины
1	Брендинг туристских регионов России
2	Организация доступной среды на объектах туристской индустрии Российской Федерации
3	Человек и его потребности
4	Правоведение

5	Менеджмент в туризме
6	Маркетинг в туризме
7	Психология управления
8	Основы безопасности в туризме
9	Управление туристской деятельностью в регионах России
10	Информационно-коммуникативные технологии в туризме
11	Право и стандарты в индустрии туризма и гостиничного бизнеса
12	Стратегическое планирование в сфере туризма и гостиничного бизнеса

3.3 Система и критерии оценивания сдачи государственного экзамена

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
5 (отлично)	- глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твердое знание основных положений смежных дисциплин; - всесторонне и полностью раскрыто содержание вопроса с использованием нормативно-правовых актов, специальной литературы; - ответ проиллюстрирован примерами, цифровыми данными, схемами, графиками, формулами, подтверждающими и углубляющими его содержание; - теоретические положения увязаны с практикой; - дан анализ дискуссий по данному вопросу (при необходимости); - продемонстрировано знание современных проблем в сфере туризма, имеется собственная аргументированная позиция по данному вопросу; - продемонстрировано понимание мировых тенденций в области происходящих в сфере туризма процессов; - даны правильные полные ответы на дополнительные вопросы; - обучающийся свободно выражает свои мысли, владеет профессиональным языком, умеет вести научную дискуссию. Ответ конкретен, логичен, последователен.
4 (хорошо)	- твердые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; - правильно раскрыто содержание вопроса с использованием нормативно-правовых актов; - ответ проиллюстрирован примерами, формулами, расчетами, схемами, графиками (по необходимости), углубляющими содержание ответа; - продемонстрировано знание современных проблем в сфере туризма; - допущены некоторые неточности при ответе на дополнительные вопросы; обучающийся умеет выражать свои мысли, владеет профессиональным языком, но не всегда четок, логичен и последователен.
3 (удовлетворительно)	- обучающийся показывает знания основного учебного материала в минимальном объеме; - получен в основном правильный, но недостаточно полный ответ на поставленный вопрос; - студент знает нормативно-правовые акты по заданному вопросу; - выявлено недостаточное умение увязать теоретические знания с практикой, слабые знания современных проблем в сфере туризма; - имеются затруднения в ответе на дополнительные вопросы, несущественные ошибки.
2 (неудовлетворительно)	- обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-го материала, - ответ поверхностный, выявлено незнание ключевых вопросов, слабое знание нормативных документов, незнание современных проблем в сфере туризма; - поверхностный ответ или отсутствие ответа на дополнительные вопросы, существенные ошибки; - попытка списывания.

3.4 Содержание государственного экзамена

3.4.1 Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

№ п/п	Формулировки вопросов
-------	-----------------------

1	Технология обслуживания иностранных туристов.
2	Технология обслуживания клиентов на предприятиях питания.
3	Системы бронирования: характеристика существующих программ, их достоинства и недостатки.
4	Понятие сертификации и ее роль в обеспечении качества услуг в сфере туризма и гостиничного бизнеса.
5	Понятие электронной дистрибуции в туризме: цели и преимущества
6	Современное состояние конгрессно-выставочной деятельности в РФ и тенденции ее развития
7	Нормативно-правовые акты РФ, обеспечивающие защиту прав потребителя.
8	Сущность, специфика и функции рекламы и PR в туристской индустрии.
9	Основные средства маркетинговых коммуникаций в туристской индустрии. Интегрированные маркетинговые коммуникации: определение, преимущества, специфика применения.
10	Проблемы и основные направления исследований при подготовке рекламных и PR кампаний в туризме.
11	Средства распространения туристской рекламы: характеристика, преимущества и недостатки.
12	Основные этапы планирования и организации рекламной кампании предприятий сферы туризма и гостиничного бизнеса.
13	Фирменный стиль предприятий туристского бизнеса: понятие, цели формирования и основные элементы.
14	Концепция уникального торгового предложения и его роль в туристской рекламе
15	Сущность, функции и виды современного туризма.
16	Туроператорские компании как ведущий субъект туристского бизнеса: понятие, функции, правовое регулирование деятельности.
17	Турагентские компании: понятие, функции, формы взаимодействия с туроператорами.
18	Международные туристские организации: их роль и значение в развитии мирового туризма.
19	Туристские ресурсы региона как основа развития туризма: понятие и основные группы.
20	ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности в РФ» как основной инструмент государственного регулирования туристской сферы: структура, содержание, существенные поправки.
21	Понятие и характеристика основных элементов туристской индустрии.
22	Понятие туристского продукта и этапы его формирования.
23	Состояние, проблемы и перспективы развития туристской отрасли в РФ.
24	Основные механизмы обеспечения безопасности туристской деятельности.
25	Интернет - сайты предприятий туристской индустрии: характеристика, функции, тенденции
26	Сущность, специфика и функциональное назначение маркетинга в сфере туризма.
27	Содержание, задачи и основные направления маркетинговых исследований рынка туристских и гостиничных услуг.
28	Формирование маркетинговой ценовой стратегии туристского предприятия.
29	Сущность, специфика и целевые аудитории маркетинговых коммуникаций туристского предприятия.
30	Понятие и специфика маркетинговой продуктовой стратегии туристского предприятия.
31	Понятие и специфика маркетинговой сбытовой стратегии туристского предприятия.
32	Организация и деятельность маркетинговой службы туристского предприятия.
33	Менеджмент в туризме: понятие, функции и задачи управления.
34	Стратегическое и текущее планирование в туризме.
35	Современные методы и технологии принятия решений в туристском бизнесе.
36	Оценка внешней и внутренней среды организации. Методы оценки стратегического состояния организации (SWOT-анализ, PEST- анализ и др.)

37	Сущность коммуникации как процесса обмена информацией, коммуникационные сети и стили в управлении организацией.
38	Управление персоналом как функция менеджмента и целостная система. Особенности управления персоналом на туристском предприятии.
39	Мотивация и стимулирование персонала в сфере туризма: современные подходы.
40	Сущность инноваций и их классификация. Нововведения как объект инновационного управления.
41	Средства делового общения. Характеристика невербальных средств делового общения.
42	Понятие конфликта, его сущность, структура, основные фазы и этапы. Формы делового общения. Деловая беседа как основная форма делового общения.
43	Понятие спора. Факторы, влияющие на характер спора.
44	Процесс убеждения в деловом взаимодействии. Техники убеждающего воздействия.
45	Национальные особенности делового этикета и их влияние на деловые отношения.
46	Туристско-рекреационное проектирование в системе разработки и реализации региональной туристской политики.
47	Понятия туристско-рекреационная система, туристский комплекс, туристский центр, туристско-рекреационная зона, туристский регион.
48	Современные научные подходы к развитию туристско-рекреационных территорий.
49	Этапы разработки и механизмы внедрения геобренда в России
50	Возможности различных медиа-каналов по продвижению бренда региона России
51	Компетенции и профессиональные качества, необходимые персоналу, принимающему лиц с ограниченными возможностями
52	Комплексный подход к созданию безбарьерной среды в туризме
53	Нормативно-правовые акты в области обеспечения равного доступа к туристским объектам и услугам

3.4.2 Варианты типовых контрольных заданий, выносимых на государственный экзамен

Проведите анализ показателей выездного и въездного потоков российского туризма. Сравните самые актуальные показатели с данными предыдущих лет. Составьте перечень конкретных событий, которые повлияли на изменение ситуации.

При подготовке можно использовать раздаточный материал: статистические данные, туристские каталоги, журналы

Изучите предложенный формуляр договора о реализации туристского продукта, найдите в нем несколько нарушений законодательства РФ. Объясните, какие конкретно положения нормативных актов нарушены.

Проанализируйте франчайзинговые условия крупнейших туроператоров для агентств (представленные в раздаточном материале). В виде таблицы представьте результаты сравнения требований туроператоров относительно выбора и оформления офиса, квалификации и тестирования сотрудников, размера роялти и паушального взноса, комиссионного вознаграждения, ограничений продажи туров других туроператоров, плана продаж и др.

Какой из вариантов вам кажется оптимальным для начинающего турагентства?

• Запишите с помощью аббревиатур

A. 1 взрослый + ребенок от 2-6 лет

Б. 2 взрослых + 2 детей: первый ребенок 2-6 лет, второй ребенок 6-12 лет

• Расшифруйте аббревиатуры, обозначающие тип размещения и питания, входящие в туристский

продукт:

A. SGL+CHLD

B. TWIN

C. QDPL

D. DBL

A. HB

B. FB

C. UAL

D. RO E. BB

Рассчитайте себестоимость путёвки.

Исходные данные: Семья из 3-х человек (2 взрослых + ребёнок 3 года) приобретает путёвку на 14 дней на первые 7 дней – с 3-х разовым питанием, а на следующие дни – 2-х разовым на курорт Краснодарского края.

Стоимость проживания на 1 взрослого – 2500 руб. в сутки.

Стоимость проживания ребёнка 30% от стоимости взрослого места.

Питание: взрослый – 1600руб. – 2-х разовое, 2400руб. 3-х разовое.

Ребёнок – 500 руб. – 2-х разовое, 750 руб. 3-х разовое.

Чем отличается цена от себестоимости? Как рассчитывается цена тура и от чего зависит процент прибыли, который закладывает туроператор?

4 ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

4.1 Особенности проведения государственного экзамена для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особенности проведения государственной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья регламентируются разделом 7 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

4.2 Порядок подачи и рассмотрения апелляций

Процедура апелляции по результатам государственных аттестационных испытаний регламентируется разделом 8 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Веселова, Н. Ю.	Организация туристской деятельности	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/102275.html
Бабанчикова О.А.	Продвижение туристского продукта	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2023126
Воронцова А.В.	Информационно-коммуникативные технологии в туризме	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202551

Павлова Ю.Ю.	Управление туристской деятельностью в регионах России	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202509
Трушина, Е. В., Скрябин, О. О., Гудилин, А. А.	Маркетинг	Москва: Издательский Дом МИСиС	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/137531.html
Удалова, И. Б., Удалова, Н. А., Машинская, Е. А.	Менеджмент в туристской индустрии	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/137761.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Шпырня, О. В.	Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства	Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/78034.html
Конанова, Е. И.	Инклюзивный туризм: технология и организация туристского продукта	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета	2019	http://www.iprbookshop.ru/95778.html
Бабанчикова О.А.	Трэвел-политика и менеджмент деловых поездок	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2025122
Павлова Ю.Ю.	Специальные виды туризма	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202496
Старков А.Н., Сторожева Е.В.	Интернет-маркетинг и реклама: учебное пособие. — 2-е изд., стер.	Москва: Флинта	2023	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=358777

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>
2. Официальный сайт Российского союза туриндустрии. – <http://www.rostourunion.ru/>
3. Официальный сайт Северо-Западного отделения Российского союза туриндустрии. - <http://www.rstnw.ru/>
4. Туризм в России: Единая информационная система. – Режим доступа: www.rostur.ru
5. www.tourdom.ru – «Турдом» - профессиональный туристский портал.
6. www.tourinfo.ru – «Туринфо».
7. www2.unwto.org – Официальный сайт Всемирной туристской организации.
8. www.rg.ru – электронная версия «Российской газеты».
9. www.ratanews.ru- ежедневная электронная газета

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows
СПС КонсультантПлюс

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для подготовки и сдачи государственного экзамена

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска